

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Briefly explain the classification of Marketing.
சந்தையியலின் வகைகளை விரிவாக விளக்குக.
17. Analyses the various benefits and limitations of Market Segmentation.
சந்தை பாகுபாட்டின் நிறை மற்றும் குறைகளை விளக்குக.
18. Elaborate various stages in new product development.
புதுப்பொருள் வளர்ச்சியின் பல்வேறு நிலைகளை விளக்குக.
19. Discuss the objectives and importance of advertising in the modern business.
நவீன வியாபாரத்தில் விளம்பரத்தின் முக்கியத்துவத்தை விவாதிக்க.
20. Critically examine the application and advantages of social marketing.
சமூக சந்தையியலின் பயன்பாடு மற்றும் நன்மைகளை விளக்குக.

NOVEMBER/DECEMBER 2023

CCP42/BSCM56/BCP42 — PRINCIPLES OF MARKETING

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL the questions.

1. Compare traditional marketing with modern marketing.
பாரம்பரிய சந்தை மற்றும் நவீன சந்தையை ஒப்பிடுக.
2. List out important function of marketing.
சந்தையியலின் முக்கிய பணிகளை பட்டியலிடுக.
3. Define Market Segmentation.
சந்தை பாகுபாட்டினை பற்றி வரைவிலக்கணம் தருக.
4. Infer the term buying behaviour.
வாங்குதல் போக்கின் அனுமானம் பற்றி கூறுக.
5. What is meant by Labelling?
பொருளை பற்றி குறிப்பிடும் சிட்டை பற்றி பொருள் தருக.
6. What is meant by product?
பொருள் என்றால் என்ன?
7. State the qualities of good salesman.
சிறந்த விற்பனையாளரின் நற்பண்புகளை கூறுக.

8. Outline the important functions of wholesalers.
மொத்த விற்பனையாளரின் முக்கிய பணிகளை வரையறுக்க.
9. Trace the meaning of online retailing.
மின்னணு சில்லறை விற்பனை பற்றி அடையாளம் காண்க.
10. Indicate the meaning of the term over marketing.
அதிக சந்தைப்படுத்தலைப் பற்றி குறிப்பு வரைக.

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL the questions

11. (a) Describe the salient features of Marketing.
சந்தையியலின் சிறப்பியல்புகளை கூறுக.
- Or
- (b) Differentiate between Marketing and Selling.
சந்தையியல் மற்றும் விற்பனைக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடுகளை கூறுக.
12. (a) What are criteria for effective Market Segmentation?
சந்தை பாகுபாட்டின் பயனுள்ள தகுதிகளை கூறுக.
- Or
- (b) Explain the post purchase behaviour of consumers.
நுகர்வோர் உடைய பிந்தைய கொள்முதல் நடத்தை பற்றி விளக்குக.

13. (a) What are the phases involved in product life cycle?
பொருள் வாழ்நாள் சுழற்சியில் ஈடுபட்டுள்ள கட்டங்களை பற்றி கூறுக.

Or

- (b) Describe the component of Marketing mix.
சந்தையிடுதல் கலவையின் உட்கூறுகள் பற்றி விவரிக்க.

14. (a) Explain the various discounts and allowances offered to traders or buyers to promote sales.

விற்பனைக்காக வியாபாரிகள் அல்லது வாங்குபவர்களுக்கு அளிக்கப்படும் தள்ளுபடி மற்றும் படிக்களின் வகைகளை விளக்குக.

Or

- (b) Illuminate the factor determining the channels of distribution.

வழங்கல் வழியை தீர்மானிக்கும் காரணிகளைப் பற்றி விளக்கி கூறுக.

15. (a) Portray the various opportunities in e-marketing.

மின்னணு சந்தையியலின் பல்வேறு வகையான வாய்ப்புக்களை கூறுக.

Or

- (b) Explain the important benefits of shopping malls.

வணிக வளாகத்தின் முக்கிய நன்மைகளை கூறுக.